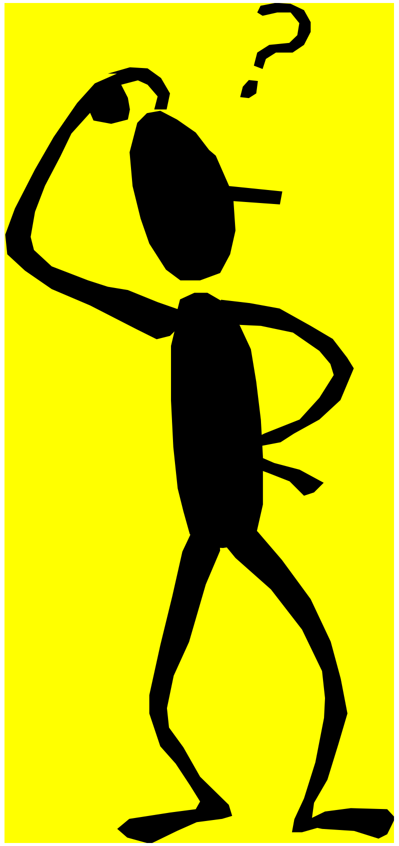
VIỆN NGHIÊN CỨU GIÁO DỤC & QUẢN TRỊ KINH DOANH (EBM)

Tóm tắt
NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG



Giảng viên **: Tiến Sỹ Lê Hồng Minh , Viện trưởng**
Viện Giáo dục và Quản trị Kinh doanh (E B M)
Nguyên QGĐ TT Đào tạo &Cung ứng LĐ-VOTEC LĐLĐTP HCM
Q Trưởng phòng Lao động TBXH Q3



Vì sao chúng ta phải trao đổi
và tiếp thu kiến thức kinh nghiệm
về Kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp ?

Bán hang chuyên nghiệp gồm 4 kỹ năng :

- ***Kỹ năng bán hàng***
- ***Kỹ năng giao tiếp và đàm phán***
- ***Kỹ năng chăm sóc khách hang, hậu mãi.***
- ***- Kỹ năng thuyết trình***

KỸ NĂNG 1 :
KỸ NĂNG BÁN HÀNG

Ý NGHĨA BÁN HÀNG

- Bán hàng: Hoạt động giao tiếp, trao đổi giới thiệu hàng hóa, dịch vụ đáp ứng nhu cầu bên mua

- *Sống là bán hàng .*
- *Giỏi bán hàng , khó thất nghiệp.*
- *Bán hàng giỏi cần rèn luyện kỹ năng*
- *Kỹ năng Người bán hàng luôn nâng cao như một nghệ thuật,*
- *Không có phương thức bán hàng vạn năng.*

BÁN HÀNG HIỆN ĐẠI VÀ TRUYỀN THỐNG



“Tài năng chỉ có 1/3 là bản tính, 1/3 là trí thức, 1/3 là ý chí” (Đ. Doxki).

TRUYỀN THỐNG

BÁN NHỮNG GÌ TA CÓ SẴN

CHÚ TRỌNG DOANH SỐ BÁN RA

THỜI CƠ THỊ TRƯỜNG HIỆN TẠI

VÌ QUYỀN LỢI CỦA TA TRÊN HẾT

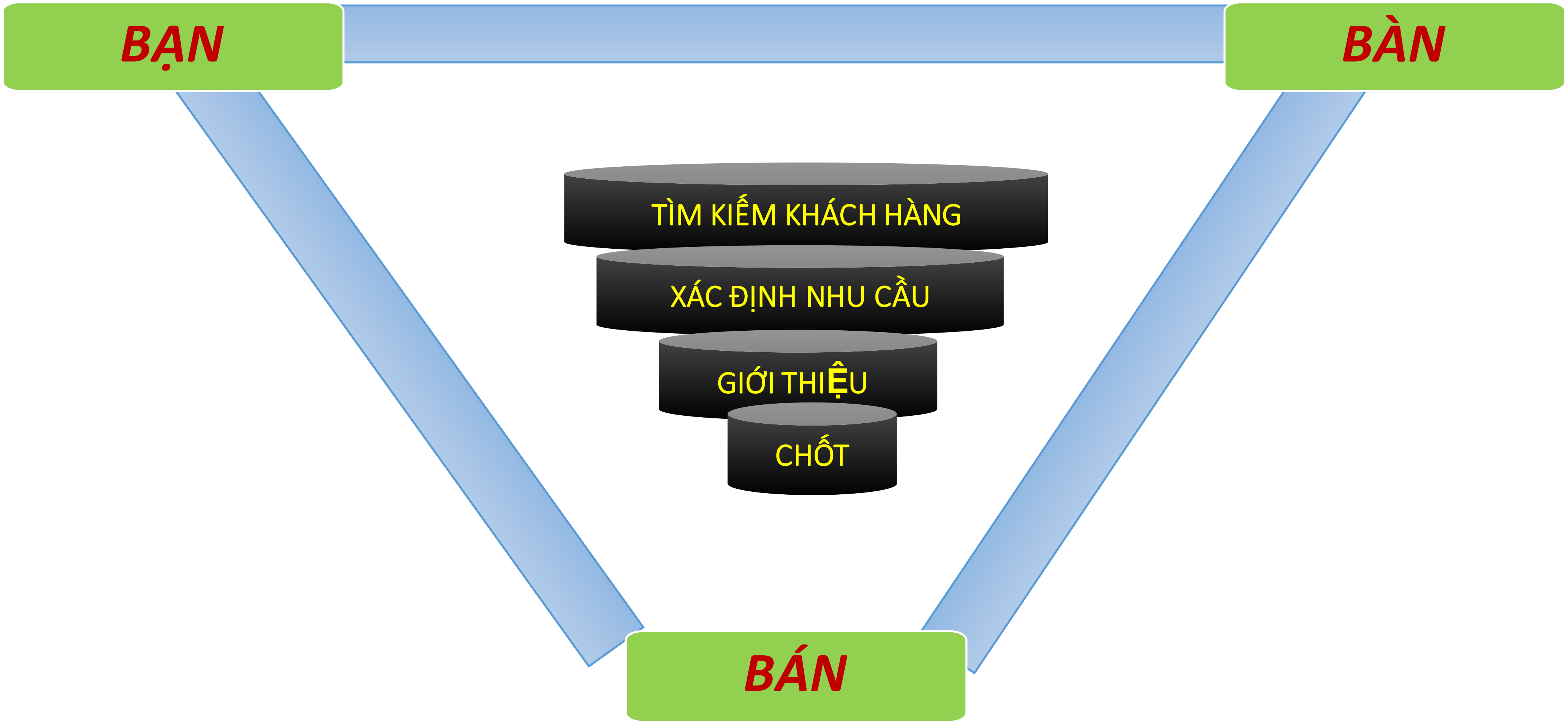
HIỆN ĐẠI

BÁN NHỮNG GÌ KHÁCH HÀNG CẦN VÀ MONG ĐỢI

THĂM DÒ VÀ THIẾT KẾ HÀNG HÓA NHẰM THỎA MÃN MONG MUỐN CỦA KHÁCH HÀNG

VÌ LỢI NHUẬN LÂU DÀI VÀ LỢI ÍCH NGƯỜI MUA

QUY TRÌNH BÁN HÀNG BẠN BÀN BÁN



BƯỚC 1. TÌM KIẾM VÀ TÌM HIỂU KHÁCH HÀNG

1. Nghiên cứu thị trường,
2. Phân biệt các nhóm khách hàng
3. Quan điểm tiếp thị
4. Tiếp cận, rao hàng

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

Phân khúc thị trường,
Nghiên cứu tiếp thị (Marketing Research),
Xem xét 4 p

P	product,	Sản phẩm
P	price,	Giá cả
P	place,	Địa điểm
P	promotion	Quảng bá



PHÂN LOẠI KHÁCH HÀNG
PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG

Phân loại khách hàng

+Kh/hg vãng lai

+ Kh có nhu cầu

+ Kh được giới thiệu

Khách hàng tiềm năng và khách hàng mục tiêu

- Thông tin khách hàng: công việc, thu nhập...
- *Xây dựng dữ liệu khách hàng*
- Phân tích nhu cầu kh/hg..

QUAN ĐIỂM TIẾP THỊ

- *Khách hàng ở khắp nơi,mọi lúc.*
- *Hãy tìm hỏi;*
- *Quyết tâm như tự mình rao bán chính mình;*
- *Cung cấp cho kh/hg tiềm năng đầy đủ thông tin cần thiết;*
- *Thật cụ thể, có thể kềm giữ trong tầm tay, trong khả năng, níu kéo cho được;*
- *Làm như lần đầu là lần cuối;*
- *Tỏ ra chiều lòng khách, viu vẻ hài hước*

Every time, every where; Ask; Sell Your sell; Enough Information; Keep in Tough; First is last; Humor

KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Khách hàng tiềm năng là ***khách hàng mang lại rất ít giá trị trước mắt nhưng có thể mang lại nhiều giá trị lớn hơn trong tương lai***.

tìm kiếm khách hàng tiiềm năng từ chính những khách hàng hiện tại của họ và những khách hàng là mục tiêu khai thác trong tương lai.

2.

TÌM KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

- Nói chuyện với KHg hiện tại
- Tổ chức hội nghị KHg
- Thăm nơi ở hoặc văn phòng của khách hàng
- Thu thập thông tin từ các nv bán hàng/các nhà phân phối - những người thường trực tiếp với KHg
- Tìm d sách KHg trên trang web của đối thủ cạnh tranh
- Sử dụng các bảng hỏi
- Xem xét các thông báo mời thầu đăng trên báo
- Nghiên cứu các thông cáo báo chí của khách hàng
- Nghiên cứu thị trường k phá thói quen hành vi của KHg

CẦN BIẾT ĐIỀU GÌ VỀ KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

- Thông tin về cách sống; xu hướng chi tiêu (thu nhập, sở thích, sở thích mua bán)
- Thông tin về sự thường xuyên: Họ thường mua sản phẩm khi nào? Bao nhiêu lần?
- Họ có hay thay đổi nhãn hiệu hoặc người cung cấp không? Bao nhiêu lần?
- Họ có nhiều thông tin không?

*Thông tin về cách sử dụng sản phẩm: Họ sử dụng sản phẩm làm gì? Có thường xuyên không?

Họ mong đợi gì ở việc tiêu dùng sản phẩm?

Cách tìm kiếm và khai thác khách hàng tiềm năng

Đừng thụ động chờ:

Hãy cho khách hàng biết rằng bạn đang phục vụ họ:

Gửi danh thiếp

Xác định tiềm năng của những thị trường chưa được khai thác:

Duy trì và phát triển:

THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU

Thị trường MỤC TIÊU bao gồm các khách hàng có cùng nhu cầu hoặc mong muốn mà công ty có khả năng đáp ứng.

Lợi ích của việc xác định thị trường mục tiêu

- Hiểu biết một cách thấu đáo hơn những nhu cầu và mong muốn của KHg;
- Sử dụng một cách có hiệu quả nguồn kinh phí TIẾP THỊ của cty;
- Nâng cao tính thích ứng và hiệu quả chiến lược kinh doanh,
- đồng thời thực hiện tốt nhất chiến lược tiếp thị của công ty;
- Đảm bảo tính khách quan và có căn cứ khi đề xuất các CS tiếp thị hỗn hợp;
- Nâng cao hiệu quả xác định thị trường,
- Tạo ra và sử dụng tốt những ưu thế cạnh tranh

• Có hai thị trường (tt) cơ bản: tt người tiêu dùng và tt doanh nghiệp.

7 BƯỚC XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU

1. Thực hiện một danh sách mong muốn:
2. Tập trung vào thị trường chính của bạn
3. Thấu hiểu nhu cầu khách hàng:
4. Tổng hợp thông tin:
5. Đánh giá và kiểm tra thị trường:
6. Khởi động: : Xây dựng quy trình bán hàng chuyên nghiệp
7. Xác định đúng thị trường mục tiêu trong bán hàng

Ai sẽ trả tiền cho sản phẩm, dịch vụ của tôi?:

Ai từng mua sản phẩm của tôi rồi?:

Liệu tôi có đánh giá quá cao hướng tiếp cận của mình

TIẾP CẬN KHÁCH HÀNG

+ Dụng cụ nghề nghiệp: laptop, tờ rơi, danh thiếp, bút, viết.

+Ấn tượng đầu tiên, gây ấn tượng thông qua diện mạo

+ Chuẩn bị phong cách, hành động – ngôn ngữ, tư duy – thái độ

+ Gợi mở, tạo thiện cảm

+ Làm quen : Các dạng bắt tay: luôn duy trì tiếp xúc bằng mắt, ngơi nghiêng người về trước

BƯỚC 2: PHÁN ĐOÁN NHU CẦU

+ Gián tiếp: thông qua ánh mắt, cử chỉ, lời nói: Nhìn kỹ sp/dv. quay lại, nhắc lại, hỏi, dùng thử

+ Phán đoán trực tiếp: thông qua các câu hỏi mở và câu hỏi đóng, nghệ thuật lắng nghe:

+ Lắng nghe: Nghe có phản hồi: phản hồi đơn giản, phản hồi tóm lược, phản hồi soi sáng

Bán Bước 3: GIỚI THIỆU SP/DV

- Bày tỏ có kiến thức về sp/dv đang giới thiệu,
- Chuẩn bị sẵn và thuộc lòng,
- Trình bày tự nhiên theo cá tính của mình,
- Dự đoán trước câu hỏi và phản đối.
- Quan sát, nghiên cứu, hỏi &lắng nghe, mời gọi kh/hg tham gia, thích &tin tưởng mua sp
- Kh/kh hòa với quá trình giới thiệu,
- Động viên mọi người hoạt động sống động.một cách tự nhiên: xem hàng, hỏi giá, dùng thử...

BƯỚC 4: CHỐT

- Kết thúc giao dịch bán hàng
- Xử lý từ chối
- Phản đối không phải là không mua, không có phả đối, không bán hàng được, phản đối giúp hiểu kh/hg nghĩ gì.
- Phản đối là tốt. Hạn chế phản đối khi biết được y điểm, nhạy cảm, chỗ ngứa của khách

XỬ LÝ PHẢN ĐỐI

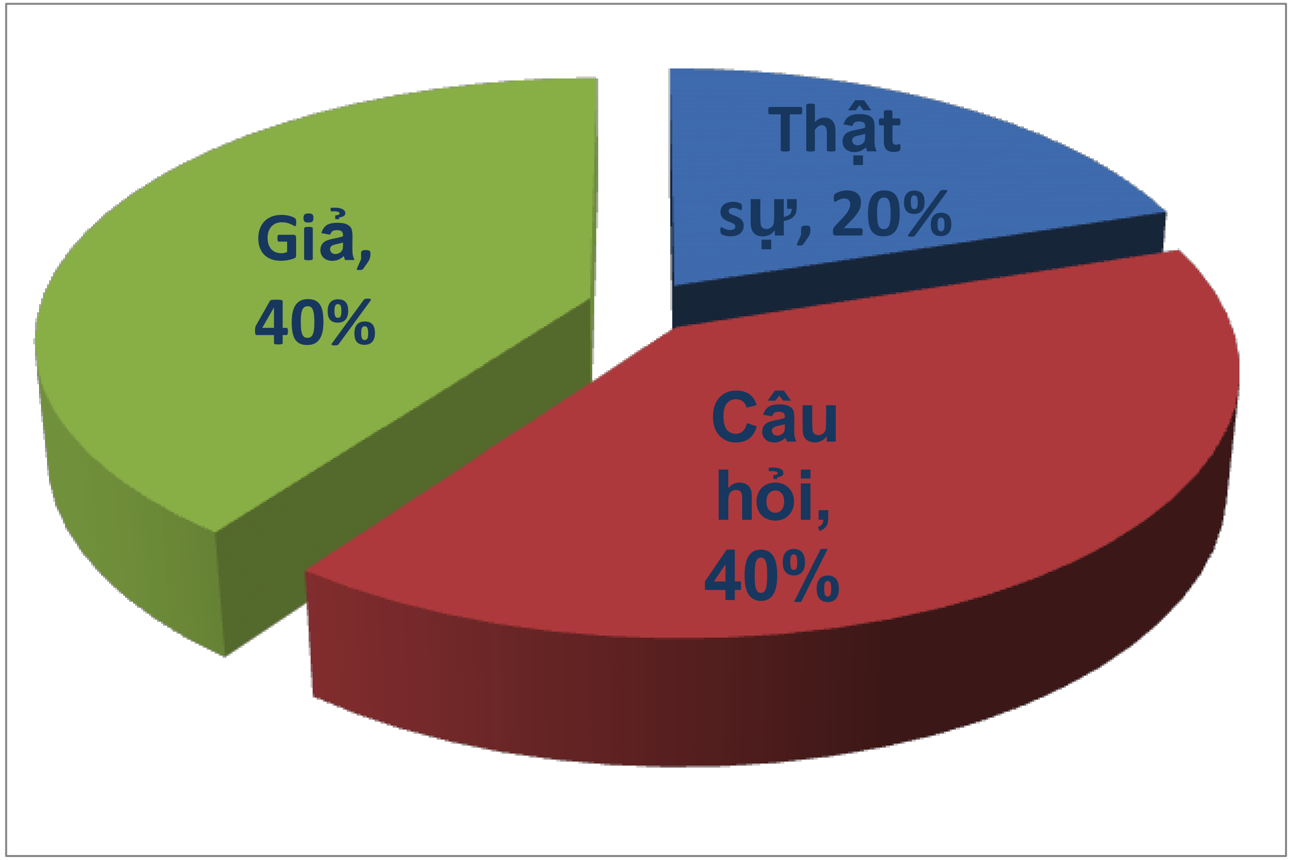
- Hãy tập trung lắng nghe,chịu đựng lướt qua,phân tích, phân loại tìm nguyên nhân, chọn lựa cách trả lời.

- Hạn chế phản đối khi biết được yếu điểm, nhạy cảm, chỗ ngứa của khách

PHẢN ĐỐI THẬT GIẢ

Phản đối có thể :

- 40%giả bộ,
- 20% thật lòng,
- 40% là cách đặt câu hỏi kỹ thuật, tìm hiểu



TÂM LÝ BÁN HÀNG

- Tâm trạng chiến thắng, vẻ mặt tự nhiên
- Tránh lời nước đôi, mở miệng đúng thời
- Chân thành, thẳng thắn chào mời thật hay
- Tốt lành, ấn tượng gây ngay từ đầu
- Chấp nhận, đề cao nhân cách khách hàng
- Quan tâm nghề nghiệp, khách nào kết thân
- Hãy chuẩn bị tốt giá kệ bày bán,
- Đừng quên tâm lý bán hàng bạn ơi

10 QUY TẮC CỦA 6.700 CỦA HÀNG BÁN LẺ của WAL-MART

1. **Cam kết** phải đạt được thành công và lúc nào cũng nhiệt tâm
2. **Chia sẻ thành công** với những ai đã giúp bạn
3. **Tạo động lực** cho mình, cho ng khác để đạt điều mình mơ ước
4. **Truyền thông với người khác** và bày tỏ rằng bạn đang quan tâm đến họ
5. **Trân trọng và ghi nhận** những nổ lực và thành quả của người khác

10 QUY TẮC CỦA 6.700 CỦA HÀNG BÁN LẺ của WAL-MART

6. Tổ chức mừng thành tựu của bạn và của người khác

7. Lắng nghe người khác và học hỏi ý tưởng của họ

8. Vượt hơn mong đợi của khách hàng và của người khác

9. Kiểm soát chi phí để rút ngắn con đường làm giàu

10. Bơi ngược dòng, tạo sự khác biệt và đương đầu với tình thế

KỸ NĂNG 2 :
GIAO TIẾP VÀ ĐÀM PHÁN

- KN2 : **GIAO TIẾP VÀ ĐÀM PHÁN**

- **Dấu hiệu chân thực**
  - Nhìn thẳng vào mắt bạn
  - Bàn tay mở, cánh tay dang ra
  - Đầu hơi nghiệng
- **Dối trá**
  - Chân ngồi không chạm nền hoặc để nghiêng
  - Hắng dọng , cựa mình, sờ môi, dụi mắt
  - Nhắm mắt, giấy mắt trong kính mầu

Phong cách CHAT:

Không

- C   cải vả,
- H   hàng hai;
- Á   á thánh;
- T   tham nói
- (Candit,Hangback; Accurate; Talkactive)

VƯỢT QUA BỞ NGỠ BAN ĐẦU

- Hãy lên tiếng chào trước
- Hỏi những câu xã giao thông t
- Biết lắng nghe tích cực
- Hỏi những câu mở rộng
- Bộc lộ thông tin về bản thân



- **ÁM THỊ TRONG GIAO TIẾP (thôi miên)**

- Ám thị là tác động tâm lý tới cá nhân hoặc một nhóm người nhằm làm cho họ tiếp thu thông tin mà không có sự phê phán.

- Trong kinh doanh, ám thị được sử dụng qua tác động của quảng cáo (lặp đi lặp lại một câu nói hay một hình ảnh, dựa vào thời trang, vào uy tín của đơn vị sản xuất

PHÂN LOẠI TINH CÁCH KHÁCH HÁNG

THEO H. J. EYSENCK:

- Nhân cách gồm 2 nhân tố:

- (Đ): *tính thần kinh ổn định _ không ổn định (Nerve)*

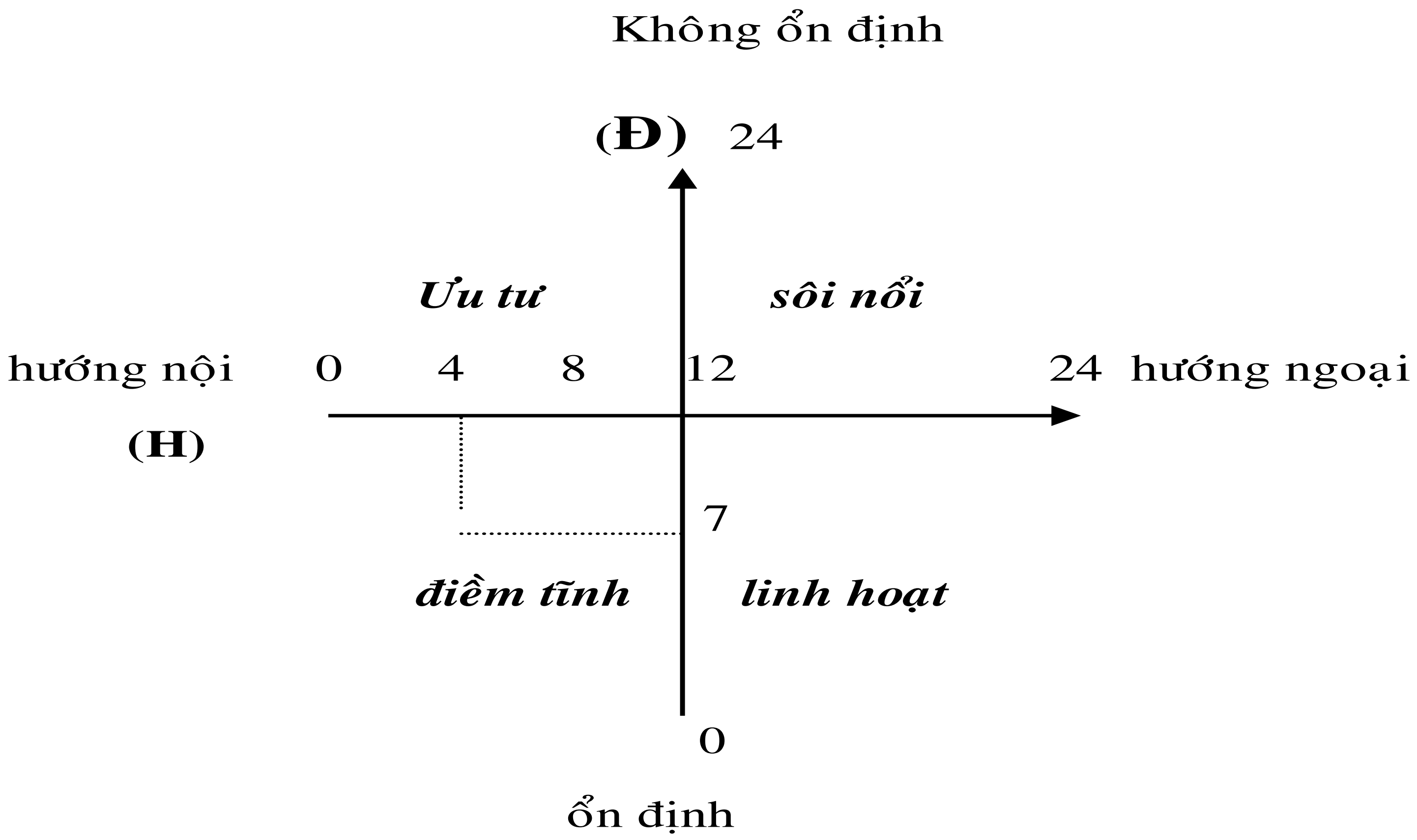
- (N): *tính hướng nội _hướng ngoại (in- extroversion)*

- Trục (N) và (I) giao thẳng góc tạo thành 4 vùng: 4 tính cách

Ưu tư đ- Điềm tĩnh Sội nỗi - Linh hoạt

Khó tính / nhạy cảm, hồi hộp / băn khoăn, giáo điều / hiếu chiến, biết điều /dễ bị kích thích

Bi quan /dễ thay đổi, dè dặt/ bốc đồng, không thích giao tiếp/lạc quan



cẩn thận /cởi mở, nhã nhặn/liếm thoắng, có thiện chí /tốt bụng

nghiêm túc /dễ dãi, đáng tin /xốc nỗi, điềm dạm ,vô tư

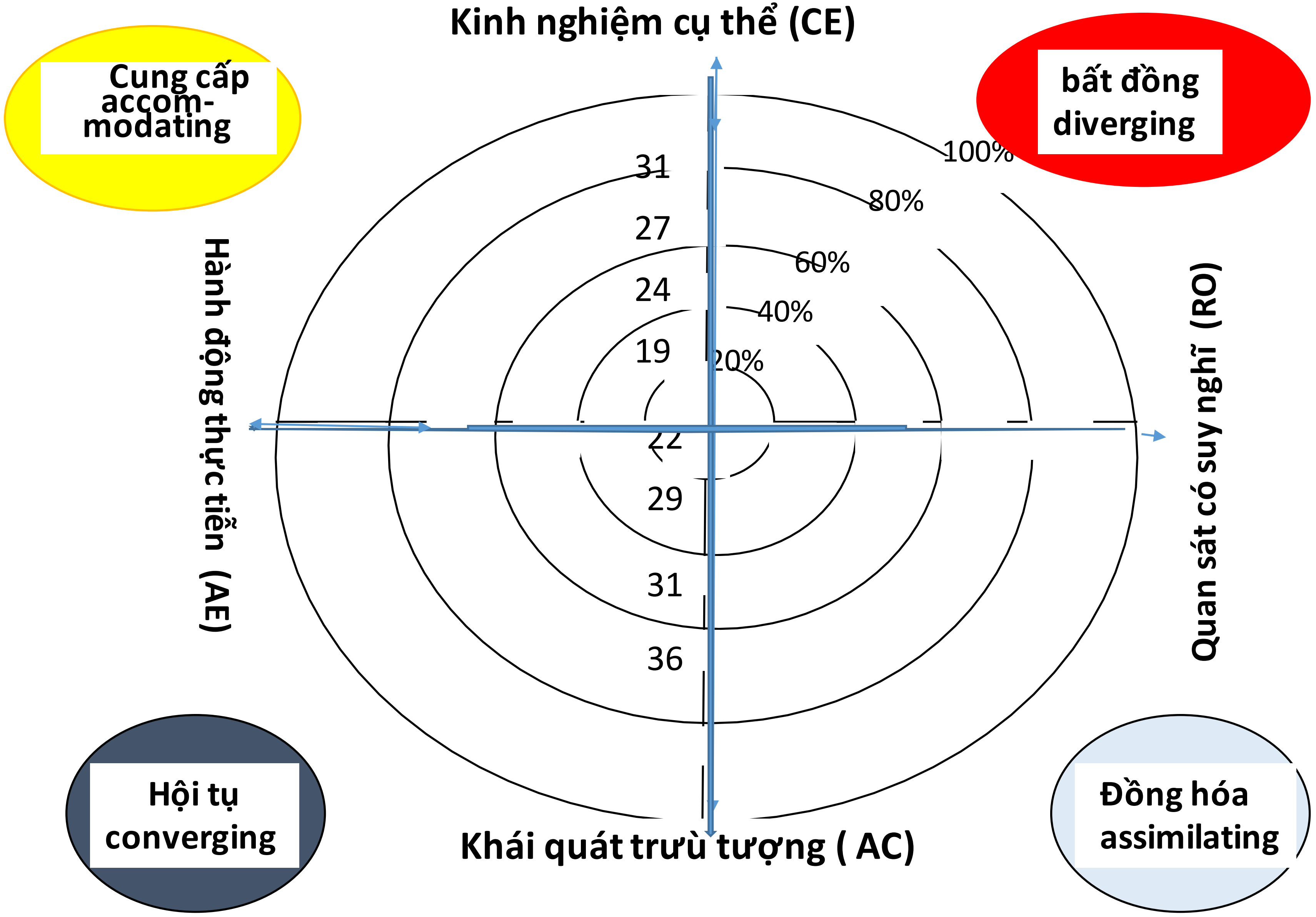
PHÂN LOẠI NGƯỜI THEO PHONG CÁCH THU THẬP VÀ XỬ LÝ THÔNG TIN

Có 4 loại người:

- Phân kỳ;
- Đồng hóa;
- Hội tụ;
- Độ lượng

- Diverging;
- Assimilating;
- Converging;
- Accommodating

Phong cách thu thập và xử lý thông tin



ĐẮC NHÂN TÂM

- **12 Cách ảnh hưởng người khác suy nghĩ theo bạn**

1.Không tranh cải

2.Tôn trọng ý kiến người ta

3. Thẳng thắn nhận sai lầm

4.Luôn thân thiện, mật ngọt chết ruồi

5.Hỏi những câu đáp vâng tức thì

6.Để người ta làm chủ cuộc nói chuyện khi đối đầu

12 Cách ảnh hướng người khác suy nghĩ theo bạn

7.Để người ta tin rằng ý kiến đó là của người ta trong ý định hợp tác

8.Đặt mình vào hoàn cảnh của người ta, thừa nhận quan điểm của họ

9.Đồng cảm với mong muốn của họ 10. Hãy khơi gợi sự cao thượng

11.Biết trình bày vđ một cách sinh động

12.Động viên tinh thần vượt thử thách

CHÍN NGUYÊN TẮC LÃNH ĐẠO, CHUYỂN HÓA NGƯỜI KHÁC

1.Hãy khen ngợi trước khi phê bình ai

2. Phê bình gián tiếp, hiểu ý thì tốt hơn

3.Công khai tự kiểm trước khi phê bình

4. Hãy gợi ý thay vì ra lệnh

5.Nhớ giữ sĩ diện cho người ta

CHÍN NGUYÊN TẮC LÃNH ĐẠO, CHUYỂN HÓA NGƯỜI KHÁC

6. Luôn khuyến khích người ta dù thành tích nhỏ
7. Hãy để người ta giữ niềm tự hào về họ
8. Mở đường cho ngừơi ta sửa chữa lỗi lầm
9. Sẵn sàng tôn vinh người cộng sự

CÁC PHONG CÁCH GIAO TIẾP KHÁC

Ngôn ngữ giáo tiếp

- ✓ Giao tiếp không lời 60%
- ✓ giọng điệu 30%
- ✓ lời nói 10%

- **Ám thị trong giao tiếp** : quảng cáo lập đi lập lại, làm mê hoặc người nghe, biết lắng nghe dẫn dắt
- **Gieo tiếng vọng:** « chúng ta có cùng tần số» đặc ngữ, tiếng lóng, dấu hiệu quy ước
- **Năm giây để nhớ tên người** : chú ý nghe tên cho kỷ cho rõ, nhắc lại, nhớ người trùng tên,...

CÁC PHONG CÁCH GIAO TIẾP KHÁC

90 giây tạo cảm tình:

- Bày tỏ nhiệt tình và sức sống lành mạnh;
- hỏi chuyện theo mối quan tâm của khách;
- Lắng nghe, tạo đặc điểm khó quên

7 NGUYÊN TẮC VÀNG TRONG GIAO TIẾP

1. Nhớ tên;
2. không tranh luận;
3. mời khách nói vâng;
4. trình bày hình ảnh cụ thể;
5. xét việc từ quan điểm của khách;
6. khơi gợi động cơ,
7. tạo sự thách thức,lôi cuốn

2. ĐÀM PHÁN

Tổng quan về đàm phán

- Khái niệm:

Đàm phán hành vi và quá trình các bên trao đổi tìm điểm.chung, & quan hệ lâu dài

- Hai kiểu đàm phán: Thua –Thua và Thắng – Thắng

Kỹ năng đàm phán:

+ Thông tin về thị trường: hiểu rõ vị trí của mình và của khách hàng

ĐÀM PHÁN

+ Thông tin về đối tác: nhu cầu, quy mô, xu hướng, mối quan tâm...

+Xác định năng lực của bản thân: kiến thức, tâm lý, kỹ thuật hỗ trợ

+ **Kế hoạch** đàm phánThương trường là chiến trường, thao trường đổ mồ hôi,chiến trường đỡ đổ máu

- **Kỹ thuật mở đầu**: + Các nguyên tắc mở đầu: tạo hấp dẫn, chú ý, tác động tình cảm...

+ **Sử dụng sức mạnh** của ngôn từ + sức mạnh của thông tin + Không hỏi là câu hỏi ngu ngốc nhất

- **Kỹ năng trả lời các câu hỏi**: Không trả lời ngay, hỏi lại để khách giải thích kéo dài thời gian; Hỏi một đàng trả lời một nẻo, đánh trống lảng; Mập mờ khi gặp vđ khó; Chỉ trả lời những điểm có lợi
- **Văn hóa trong đàm phán** + Văn hóa dân tộc: xu hướng chịu rủi ro,quyền thế,cá nhân, nam tính

+ **Văn hóa tổ chức** hướng ngoại, nội; vì nhiệm vụ/xã hội; chuẩn mực /cá nhân; an toàn/mạo hiểm; dễ ứng biến/theo hoạch định trc

+ Tính cách : kiểu hợp tác,thỏa hiệp,dàn xếp,điều khiển,tránh né?+

- **Khác biệt** về ngôn ngữ và phi ngôn ngữ , khác biệt về quan niệm giá trị, khác biệt về tư duy và ra quyết định ;
- **Biết giấu ý định**, mà không bị coi là nói dối.Tạo được sự tin cậy mà không cả tin.
- **Nhún nhường** quả quyết, mê hoặc người khác mà không bị mê hoặc. Đó là nhà đàm phán.
- **Nói là bạc**, im lặng là vàng, lắng nghe là kim cương ;
- **Thành công lớn** với những bước nhỏ hơn thành công nhỏ với một bước lớn.

KẾT THÚC ĐÀM PHÁN

- Sao anh còn vướng mắc thế?
- Anh có biết là anh được lợi bao nhiêu tiền nếu cộng tác với tôi không?
- Anh có nhận ra lợi ích phụ trội của chúng ta không?
- Tóm lại tôi phải làm gì để anh chấp nhận vụ này?

KẾT THÚC ĐÀM PHÁN

- **Từ chối**

không có nghĩa là không, mà nghĩa là chưa phải bây giờ.

+ Người thành công nhận ra cơ hội trong khó khăn,kẻ thất bại nhìn thấy khó khăn trong cơ hội.

+ Cuộc đời là một chuỗi đàm phán, nghệ thuật đàm phán quyết định cuộc đời

4 cách THU PHỤC NHÂN TÂM*đơn giản

- Giúp đỡ

(Tài vật, Lời khuyên, Động viên vượt sợ hải)

- Nói ngọt
- Cùng làm lợi
- Cùng làm việc với nhau

- Bố thí:

(Tài thí, Pháp thí, Vô uý thí)

- Ái ngữ
- Lợi hành
- Đồng sự

6 NGUYÊN TẮC ĐOÀN KẾT VỚI ĐỒNG ĐỘI TEAMWORK

1. Cùng ăn ở với nhau
2. Tránh cải vả, cạnh tranh
3. Luôn chia sẻ ý hay
4. Thường trao đổi giải bày
5. Không bê tha, giải đải
6. Có lợi chia đồng đều

1. Thân hoà đồng trú
2. Khẩu hoà vô tranh
3. Ý hoà đồng duyệt
4. Kiến hoà đồng giải
5. Giới hoà đồng tu
6. Lợi hoà đồng phân

KỸ NĂNG 3
CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

TẦM **QUAN TRỌNG CỦA CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG**

- **CSKH quan trọng** vì tạo Hiệu ứng lan truyền
- **Hiểu khách hàng cần gì** Dựa trên 2 yếu tố: nhu cầu lý trí và nhu cầu cảm xúc

Các yếu tố quan trọng trong chăm sóc và phỏng vấn khách hàng

- Thái độ: Trách nhiệm, xuyên suốt, trân trọng, đáp ứng, cải tiến
- Hành vi: Thân thiện, ân cần, nhiệt tình, cảm thông, nhanh chóng

7 NGUYÊN TẮC VÀNG
CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

1. Trải thảm đỏ đón chào khách hàng
2. Dành thời gian tìm hiểu khách hàng
3. Tạo môi trường giao dịch thuận lợi
4. Đảm bảo thỏa mãn của khách hàng
5. Trăm nghe khg bằng một thấy, nghe phản ảnh thật tận tường
6. Để ý từng chi tiết nhỏ nhất
7. Tin tưởng vào dịch vụ mình cung cấp

CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG KHÓ

- Mô hình giao tiếp đa giác quan:

  Thị giác, thính giác, cảm giác
- Đồng cảm với khách hàng .
- Ứng phó với các giai đoạn cảm xúc

LƯU Ý TRONG ĐÀM PHÁN

- Yếu tố sản phẩm, yếu tố thuận tiện, yếu tố con người-
- hãy đo lường đánh giá chất lượng dịch vụ;
- Đừng xao lãng khách hàng hiện có, từ đó sẽ có khách hàng tiềm năng

5 PHONG CÁCH BÁN HÀNG CỦA BLAIR SINGER

Câu chuyện 5 chú chó bán hàng

1. Bán hàng kiểu truyền thống (Truyền cảm, dựa vào niềm tin)
2. Bán hàng kiểu thuyết trình (kỹ năng nói trước đám đông)
3. Bán hàng kiểu chăm sóc (khg hiện có giới thiệu khg tiềm năng)
4. Bán hàng kiểu tiến công (sáng tạo, độc đáo, liều ,lì)
5. Bán hàng kiểu biện bạch (thuyết minh, phê bình thông minh)

1. **BÁN HÀNG TRUYỀN THỐNG**
(SalesDog: Basset Hound)

Mạnh

- Tạo quan hệ chặc chẽ 1-1
- Sẳn sàng xử lý tốt với khg cáu khỉnh
- Đánh hơi các cơ hội nhạy bén
- Thuận lợi trong việc xây dựng long tin
- Bán hàng bằng các giá trị chính trực và trách nhiệm

Yếu

- Khó tin và giữ được động lực
- Thiếu chuyên môn marketing
- Có thể cảm thấy bị tổn thương

Bổ sung phát triển

- Lập hệ thống giới thiệu . Đề ra chiến lược dẫn mồi tự động
- Làm chủ bản thân chống tiêu cực. Cần sự ủng hộ kèm cặp không ngừng
-

2. BÁN HÀNG KIỂU THUYẾT TRÌNH
(SalesDog: Poodle)

Mạnh

- Tài nói năng, thuyết trình giữa đám đông
- Trình diễn những hình ảnh xuất sắc
- Đưa ra những thông điệp marketing lôi cuốn
- Siêu đẳng trong việc thiết lập mạng lưới

Yếu

- Cái tôi dễ bị tổn thương, hoặc quá tự cao vì muốn chơi nổi.

- Giỏi tạo sự kiện rao hang nhưng ngại trực tiếp mời khách mua hàng một cách vững vàng.
- Bệnh nói nhiều và tản mác

Bổ sung phát triển

- Cần tự chủ (qly giọng nói nhỏ)
- Mạnh dạnh phản hội marketing trực tiếp

3. BÁN HÀNG KIỂU CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
(SalesDog: Golden Retriever)

Mạnh

- Thực sự quan tâm đến người khác, biết hỏi họ cần gì.
- Có động lực tự nhiên trong xây dựng và duy trì quan hệ với khách hàng, giúp đỡ khách hàng
- Phù hợp bán hàng cao cấp lớn

Yếu

- Không thoả mái với điểm kết thúc bán hang
- Đôi khí quá tốt bụng, quá thoả mái, khát khao được công nhận.
- Có thể thiếu sự khôn khéo trong marketing

Bổ sung phát triển

- Quản lý bản thân, học kỹ năng kết thúc bán hàng, chốt hàng
- Cần kỹ năng marketing phản hồi trực tiếp và phản ứng khi khg nói không

4. BÁN HÀNG KIỂU TIẾN CÔNG

(SalesDog: Pitbull)

Mạnh

- Khai phá đất mới, thị trường mới
- Dối dào năng lượng, lì, lều bền bỉ
- Ít sợ sự từ chối, kết thúc bán hàng

Yếu

- Thiếu kiên nhẫn
- Thiếu chăm sóc khách hàng
- Thiếu qlý đội nhóm, chính sách nhóm

Bổ sung phát triển

- Xây dựng đội nhóm   - Cần học kỹ năng lắng nghe
- Marketing phản hồi trực tiếp

5. BÁN HÀNG KIỂU BIỆN BẠCH
(SalesDog: Chihuahua)

Mạnh
- Tích luỹ kiến thức phong phú
- Biết phân tích nghiên cứu thị trg
- Đam mê công việc và lý luận
- Giỏi cung cấp bằng chứng biện bạch

Yếu
- Nói nhiều nói nhanh
- Khó xây dựng quan hệ lâu dài
- Nói quá khả năng tiếp thu của khách hang tiềm năng
- Khó kết nối

Bổ sung phát triển
- Kỹ năng viết, Marketing. Kỹ năng lắng nghe và thuyết trình

KN4 : KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH

1. Vượt qua sự sợ hãi 2. Mở đầu ấn tượng
3. Diễn đạt chủ đề 4. nghệ thuật kết thúc
5. Tạo phong cách thuyết trình

NGƯỜI THUYẾT TRÌNH ẤN TƯỢNG

+ cần sự ch. bị và luyện tập

+ cần có phong cách riêng

+ phải phân tích kỹ lưỡng đối tượng nghe

SỰ HỒI HỘP

Ám ảnh:

- Hình dung ra những vấp váp, lầm lỗi, thất bại
- và những lời chế nhạo

Sợ hãi

- *“Nỗi sợ hãi là kết quả của sự* ***thiếu hiểu biết***
- *và* ***thiếu vững vàng****”*

1. VƯỢT QUA BẢN THÂN HỒI HỘP

- Ngồi xuống thư giản,
- Hít thở sâu,
- Cười to,
- Cười tươi.
- Biến micro thành vật ưa thích

2. MỞ ĐẦU ẤN TƯỢNG

- Bằng một hoạt động khởi động,
- một ví dụ ,
- một câu chuyện,
- một câu hỏi,
- đố vui,
- câu chuyện khơi gợi tò mò,
- những con số, sự kiện gây xốc,
- yêu cầu vỗ tay, giơ tay trả lời



NÊN VÀ KHÔNG NÊN MỞ ĐẦU

KHÔNG NÊN

- xin lỗi, tằng hắng,
- khôi hài vô duyên,
- đặt câu hỏi đóng ,
- hỏi dài,hỏi dai, hỏi dại

NÊN

- Lấy hơi đầy,
- tập luyện sử dụng từ -
- sử dụng mọi cơ hội để luyện tập .

3. DIỄN ĐẠT : **CHINH PHỤC NGƯỜI NGHE**

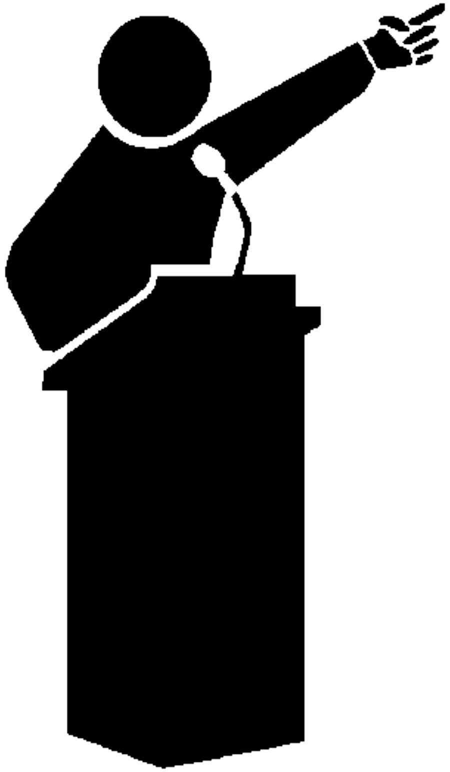
BẰNG KỂ CHUYỆN :

- Gây cảm xúc,
- Trình diễn hình ảnh đẹp,
- Đưa lên cao trào,
- Bất ngờ chấm dứt trong háo hức

BẰNG ĐẶT CÂU HỎI

Đặt câu hỏi đúng
hơn ngàn lần trả lời đúng

TẠO ĐIỂM NHẤN



Tạo điểm nhấn trong từng nội dung:

- Mở đầu 10%,
- Triển khai 70%,
- Kết thúc 20%

Xử lý tình huống khi trình bày

Không chuẩn bị chính là sự thất bại trong thuyết trình

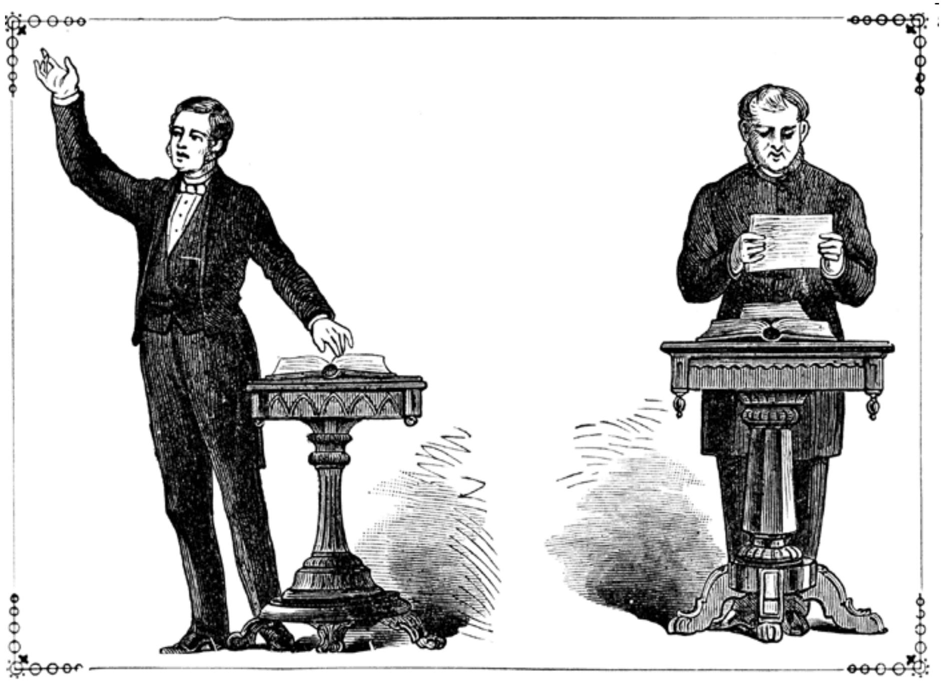
4. NGHỆ THUẬT KẾT LUẬN

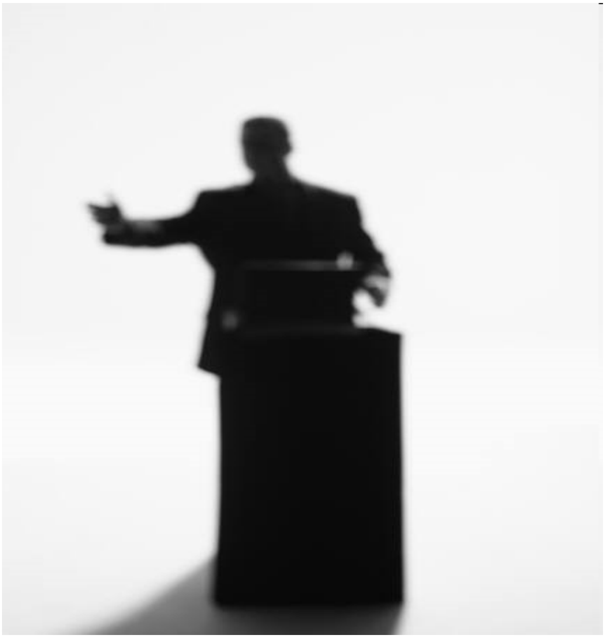
- Những gì bạn nói cuối cùng là những gì thính giả nhớ lâu nhất (Ebbingaus)
- Xây dựng cao trào, tạo điều bất ngờ khi sắp kết thúc, để lại dư âm lắng đọng

5. PHONG CÁCH DIỄN THUYẾT

hãy tạo cho mình một phong cách riêng







Xin Chân Thành

Cảm Ơn Qúy Vị đã

Quan Tâm Theo Dõi

